

ファンケル アフィリエイト広告掲載レギュレーション

2018年8月28日版

はじめに

下記はファンケルのアフィリエイトを実施する上で、必ずお守り頂きたいレギュレーションです。

スマホえんきんは、「機能性表示食品」として消費者庁に届出をしております、届出表示を逸脱する表現は、景表法・薬機法の観点から取り締まりの対象となります。

必ず最後までご一読いただき、ルールに沿った運用をお願い申し上げます。

なお、該当するサイトを発見次第、即時、コンテンツ修正または削除依頼、及びアフィリエイト広告の削除依頼をさせていただきます。

また、場合によっては即時提携解除及び成果の却下をさせていただきます。

スマホえんきん

項目	内容
機能性届出内容	届出表示：本品にはビルベリー由来アントシアニンが含まれます。ビルベリー由来アントシアニンは、日頃からスマートフォンやパソコンなどで目を酷使用する作業時に、目の焦点を合わせやすくすることで、目の疲労感を緩和する機能が報告されています。

使用可能な表現

項目	OK事例
届出の範囲内の機能性	<u>スマホえんきんに含まれるビルベリー由来アントシアニンは、スマートフォンやパソコンなどで目を酷使用する作業時に、目の焦点を合わせやすくすることで、目の疲労感を緩和する機能が報告されています。</u> ※注意：スマホえんきんの製品ではなく、その配合成分が機能性を有していることが報告されている という言い回しにしてください。
使用可能なキャッチコピー	スマートフォンやパソコンで目を酷使したときに！ スマートフォンやパソコンで目の疲れが気になる方に スマホ労眼のための 下線部分は機能性の条件文言のため必ず入れてください。
機能性関与成分	[機能性関与成分／1日2粒当たり] ビルベリー由来アントシアニン：57.6mg
飲み方	原則：健康食品のためいつ飲んでも大丈夫です。また、サプリメントは薬ではないため、粒数、食前・食後など飲むタイミングの明確な指定ができません。 媒体者様・ライター様個人の「おすすめ飲み方」、「自分の飲み方」という意味合いであれば下記の書き方が可能です。 ・1日2粒目安 ・私は1回2粒を目安にまとめて飲んでます。 ・私は毎日続けて飲んでます。

使用NGの表現

項目	NG事例
機能性表示食品の広告宣伝における表現については、 <u>届け出た表示を逸脱した表示をしてはなりません。</u>	<効果効能についての機能性表示を超える表現の例> 下記のような機能性の届出の範囲外の機能を標榜することは厳禁です。 NG例： ・視力回復に ・ドライアイ・眼病予防に ・ブルーライト対策に ・目薬いらす！ ・目の疲れ解消！（目の疲労感を緩和する という届出内容から逸脱） ・臨床試験済みサプリ！（スマホえんきん最終製品では臨床試験を行っていない商品のため） ・スマホえんきんは、目の疲労感を緩和する機能が報告されています。（スマホえんきんに含まれるビルベリー由来アントシアニンという成分が、機能性を有しているため）
成分の効果効能の記載	機能性関与成分のひとつひとつの効果効能を取り上げて、届出表示の範囲外の効果があることを標榜することはできません。 NG例：アントシアニンは視力回復に効果的です。 機能性関与成分以外のその他の配合成分について、効果効能を標榜することはできません。
景表法に抵触する表現	・「スマホえんきんお試し2週間分」は継続的に販売を行っている商品のため、「 今だけ限定価格 」「 今ならキャンペーン中 」という表現はNG ・ 最安値 など、最上級表現はNGです。

機能性表示食品制度について	<p>消費者庁長官の評価、許可等を受けたものと誤認させるような用語の使用は不可です。</p> <p>例.NG「消費者庁承認」「消費者庁長官許可」「〇〇省承認」「〇〇省推薦」「〇〇政府機関も認めた」など国や公的な機関に届け出た、承認を受けた、と誤認させる表現は記載できません。</p>
---------------	--

ファンケル 基本レギュレーション

項目	内容
使用可能な画像データ	<p>使用できる画像データは下記の通りになります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 媒体者様自身がアフィリエイト広告掲載のために撮影したもの。（第三者の作成した写真・画像の著作権にご注意ください。） ・ LP（広告ページ）のキャプチャ ※キャプチャだけを利用したファンケルのサイトだと誤認されるようなサイトはNG ・ 各ASPより提供しているバナー ・ 機能性の変更などにより、随時パッケージ変更を行っております。ファンケルオンラインもしくは、広告ページに掲載されている最新のパッケージ画像をご確認をお願いします。
クチコミについて	<p>必ず、ファンケルオンライン(*1)もしくは広告ページからクチコミを引用してください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ファンケルオンラインのクチコミ引用時は、必ず 該当商品のクチコミ総数 と、クチコミ引用時の年月を記載をお願いします。 記載例：ファンケルオンラインのクチコミ 236件中から一部抜粋（2018年7月時点） クチコミ総数は、ファンケルオンラインの該当商品の詳細ページ(*2)「この商品のみんなの口コミ」に記載の件数を参照ください。 ・ アットコスメ、Amazon・楽天（公式店舗含む）など他サイトからの引用・無断転載は禁止です。 <p>*1 ファンケルオンライン（ファンケル公式通販サイト）・・・ https://www.fancl.co.jp/index.html *2 例：スマホえんきんの商品詳細ページ： https://www.fancl.co.jp/healthy/item/5395a/</p> <p>下記の文言を注釈として併記をお願いします。 ※個人の感想です。 すべての方に同じようなご実感が得られるものではありません。</p>
他社様製品の比較・誹謗について	<p>他社製品・成分（社名を出す・出さないにかかわらず）、過度に批判・誹謗した上でファンケルの商品を推奨する表現はNGです。</p>
価格の比較について	<ul style="list-style-type: none"> ・ ファンケルオンライン内、広告用商品の販売価格の比較は問題ありません。 ※例：大人のカロリミットはファンケルオンライン上では30日分2800円 ですが、初回おためしは14日分980円！ ・ ファンケルオンライン（または広告用商品）の価格と、ドラッグストア、amazon、楽天、Yahoo店など他流通先の販売価格を比較して、ネットのほうがお徳、安い という表現はNGです。
容量・日数の記載について	<p>広告ページをよくご覧になり、商品名、容量や成分を間違わないよう記載をお願いします。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 正：1カ月（誤：1ヶ月、1か月） ・ 正：mL（誤：ml） ・ ○日分、○回分 を間違わないよう記載をお願いします。 ・ 14日分を約2週間分 の言い換えは可能です。 ・ 4週間分の商品を1カ月分（30日分）と、多めに言い換えることは優良誤認のため不可です。
商品価格について	<p>広告ページをよくご覧になり、商品の容量・商品販売価格を間違わないよう記載をお願いします。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 原則的に広告ページどおり、税込価格で記載をお願いします。 ・ 「激安」、「最安値」といった、安さを強調しすぎる表現はNGです。（お徳 ぐらいの表現は可）
付属のブックについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ モニター用商品をご提供する際に、商品とともに付属品として小冊子をお渡しする場合がございます。こちらはすべてのお客様へはお渡ししておりませんので、本がついてきたことを強調しすぎないようにしてください。 ・ また付属の小冊子は限られたお客様へ公開している情報のため「広告」として利用不可です。記載している内容を、引用・転記はNGです。

上記の内容以外にも、全体の文脈を見た上で修正をご依頼させていただく場合がございますのでご了承くださいますと幸いです。

参考：『消費者庁 機能性表示食品の広告等に関する主な留意点』より抜粋

<p>景表法及び健康増進法上の留意点（広告）：</p> <p>機能性表示食品の広告にあたっては、消費者に過度な期待を与えないよう、<u>事実をありのまま表示することが大切</u>です。</p>
<p>機能性表示食品の広告における留意点：</p> <p>届け出た表示内容の範囲を越える表示をしないこと（機能性関与成分以外の成分を強調する用語を用いない等）／ 医薬品や特定保健用食品と誤認されないように必要な事項を表示すること（疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない等）</p>
<p>【参考資料】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者庁 機能性表示食品に関する情報 http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/about_foods_with_function_claims/ ■ 消費者庁 機能性表示食品の広告等に関する主な留意点 http://www.caa.go.jp/representation/pdf/150619premiums_1.pdf ■ 『機能性表示食品制度のガイドブック』（日本通信販売協会）